

Time-03 Hours

Marks: 100

N.B. 1. All Questions are compulsory

2. Figures to the right indicate marks

Q. No. 1(A) Select the most appropriate answer of the following (Any TEN) 10

1. Brand _____ may be described as the consumer's perception of the product and the producer. a) Image b) Loyalty c) Brand Extension d) Name
2. _____ is a marketing strategy of placing a product psychologically in the minds of consumers. a) Product positioning b) product placement c) Product imaging d) Product Reputation
3. Manufacturer's initiative to conserve the environment has led to the adoption of _____ packaging. a) Environment b) Brown c) Green d) Disposable
4. _____ is an external factor affecting pricing. a) Competition b) Corporate Image c) Costs d) Organisation Structure
5. Promotion mix includes _____ a) Publicity b) Advertising c) Sales Promotion d) All of these.
6. A distinct brand image commands _____ price. a) Higher b) Market c) lower d) high average
7. _____ Research helps to study the problems and prospectus relating to sales activities of the company. a) Brand b) Sales c) Supply Chain d) Product
8. _____ can be used for collecting primary data from rural markets. a) Online Survey b) Social Media c) Email Survey d) Village Fairs
9. Global Marketing Research helps to collect _____ data of the overseas market. a) Demographic b) Marketing c) Cultural Differences d) All of These
10. The respondent's right to decide how much information they will share with the researcher is called the Right to _____. a) Privacy b) Redress c) Information d) Safety
11. _____ was established in 1970 by Hindustan Thompson Associates. a) ORG b) IMRB c) WAM d) TAM
12. Prominent Marketing Research Organisation, NCAER stands for _____ a) National Code of Applied Economic Research b) National Council of Applied Economic Research c) National Communication of Applied Economic Research d) National Care of Applied Economic Research

Q1(B) State whether the following is True or False (Any TEN)

10

1. Introduction is the last stage in a product life cycle.
2. Brand image development is an occasional process.
3. In a cost-plus pricing strategy, the marketer considers only the cost aspect of the product.
4. The channel having no intermediaries is a direct marketing channel.
5. Promotion research helps stimulate the demand for the product in the market.

6. Most of the promotional budget is devoted to advertising activities.
7. The recruitment process is based on reliable data on past, present, and future sales.
8. Demand in rural markets depends on agricultural production.
9. Global Marketing Research is essential to study the cultural differences of different countries.
10. Conducting marketing research through the sales department is a traditional form of organising research activities.
11. Article 6 of the Code of Conduct released by ICC and ESOMAR is based on data protection and privacy.
12. ORG specializes in conducting Retail Audits and Pharmaceutical Audit.

Q. No.2 Answer **any two** of the following 15

- a) What are the steps in new product development?
- b) Discuss the various components of the Brand.
- c) Explain factors influencing the pricing decision of a firm.

Q. No.3 Answer **any two** of the following 15

- a) What is supply chain management? Explain its components.
- b) Explain the pre-test and post-test methods of testing advertising effectiveness.
- c) What is motivation research? Why is motivation research important to marketers?

Q. No.4 Answer **any two** of the following 15

- a) What do you mean by Sales Research? Explain different areas of sales research.
- b) Describe different features of Indian Rural Markets.
- c) What do you mean by Global Marketing Research? Explain the need to conduct Global Research.

Q. No.5 Answer **any two** of the following 15

- a) Explain the merits and demerits of organising marketing research activities as a part of the sales department.
- b) Explain the responsibility of marketing research agencies towards clients and the research profession.
- c) Write a note on services offered by the Indian Market Research Bureau (IMRB) and Operations Research Group (ORG).

Q. No.6 Write short notes on (Any FOUR)

20

- a) Areas of product research
- b) Objectives of Advertising Research
- c) Do's and Don'ts of Rural Marketing Research
- d) Types of distribution channels.
- e) Elements of Promotion.
- f) Merits of In-house M.R. Department

मराठी भाषांतर

वेळ-०३ तास

गुण: १००

सूचना १. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहे.
२. उजवीकडील अंक प्रश्नांचे गुण दर्शवितात

प्र. क्र. १ (अ)

- खालील पैकी योग्य पर्याय निवडून गाळलेल्या जागा भर. (कोणत्याही दहा) १०
१. उत्पादन आणि उत्पादक यांच्याबद्दलची ग्राहकांची धारणा म्हणून ब्रँड _____ चे वर्णन केले जाऊ शकते.
अ) प्रतिमा ब) निष्ठा क) ब्रँड विस्तार ड) नाव
 २. _____ ही, मानसशास्त्रीयरित्या ग्राहकांच्या मनात उत्पादन ठसविण्याची विपणन रणनीती आहे.
अ) उत्पादन स्थान ब) उत्पादन स्थान क) उत्पादन प्रतिमा ड) उत्पादन प्रतिष्ठा
 ३. पर्यावरणाचे रक्षण करण्यासाठी उत्पादकाच्या पुढाकारामुळे _____ वेष्टनाचा अवलंब झाला आहे.
अ) पर्यावरण ब) तपकिरी क) हिरवा ड) डिस्पोजेबल
 ४. _____ हा किमतीवर परिणाम करणारा बाह्य घटक आहे.
अ) स्पर्धा ब) कॉर्पोरेट प्रतिमा क) खर्च ड) संस्था संरचना
 ५. प्रमोशन मिक्समध्ये _____ चा समावेश असतो.
अ) प्रसिद्धी ब) जाहिरात क) विक्री जाहिरात ड) हे सर्व
 ६. एका वेगळ्या ब्रँड प्रतिमेची किंमत _____ असते.
अ) उच्च ब) बाजार क) कमी ड) उच्च सरासरी
 ७. _____ संशोधन, कंपनीच्या विक्री कार्या संबंधित समस्या आणि माहितीचा अभ्यास करण्यास मदत करते.
अ) ब्रँड ब) विक्री क) पुरवठा साखळी ड) उत्पादन
 ८. ग्रामीण बाजारपेठेतील प्राथमिक माहिती संकलित करण्यासाठी _____ चा वापर केला जाऊ शकतो.
अ) ऑनलाइन सर्वेक्षण ब) सोशल मीडिया क) ईमेल सर्वेक्षण ड) गाव मेळावे
 ९. जागतिक विपणन संशोधन परदेशातील बाजारपेठे संबंधी _____ माहिती गोळा करण्यास मदत करते.
अ) लोकसंख्याशास्त्रीय ब) विपणन क) सांस्कृतिक फरक ड) हे सर्व
 १०. संशोधकासोबत किती माहिती उघड करायची हे स्वतः ठरवण्याचा प्रतिसादकर्त्याच्या अधिकाराला _____ अधिकार म्हणतात.
अ) गोपनीयता ब) निवारण क) माहिती ड) सुरक्षा

११. हिंदुस्थान थॉम्पसन असोसिएट्सने _____ ची स्थापना 1970 मध्ये केली होती.
अ) ORG ब) IMRB क) WAM ड) TA

१२. प्रख्यात विपणन संशोधन संस्था, NCAER म्हणजे _____
अ) नॅशनल कोड ऑफ अप्लाईड इकॉनॉमिक रिसर्च
ब) नॅशनल कौन्सिल ऑफ अप्लाईड इकॉनॉमिक रिसर्च
क) नॅशनल कम्युनिकेशन ऑफ अप्लाईड इकॉनॉमिक रिसर्च
ड) नॅशनल केअर ऑफ अप्लाईड इकॉनॉमिक रिसर्च

प्र. क्र. १ (अ)

खालील विधाने चूक कि बरोबर ते सांगा. (कोणतेही दहा)

१०

१. परिचय हा उत्पादनाच्या जीवन चक्रातील शेवटचा टप्पा आहे.
२. ब्रँड प्रतिमा विकास ही अधूनमधून केली जाणारी प्रक्रिया आहे.
३. किंमत-अधिक किंमत धोरणात मार्केटर केवळ उत्पादनाच्या किंमतीचा विचार करतो.
४. कोणतेही मध्यस्थ नसलेले चॅनल/साखळी म्हणे थेट विपणन साखळी होय.
५. प्रचार संशोधनामुळे बाजारात उत्पादनाची मागणी वाढण्यास मदत होते.
६. प्रमोशनल बजेटचा बहुतांश भाग जाहिरातींनाच वाहिलेला असतो.
७. भरतीची प्रक्रिया भूतकाळातील, वर्तमान आणि भविष्यातील विक्रीवरील विश्वसनीय माहितीवर आधारित आहे.
८. ग्रामीण बाजारपेठेतील मागणी कृषी उत्पादनावर अवलंबून असते.
९. विविध देशांच्या सांस्कृतिक फरकांचा अभ्यास करण्यासाठी जागतिक विपणन संशोधन आवश्यक आहे.
१०. विक्री विभागामार्फत विपणन संशोधन आयोजित करणे हे संशोधन उपक्रमांचे आयोजन करण्याचा पारंपारिक प्रकार आहे.
११. ICC आणि ESOMAR द्वारे जारी केलेल्या आचारसंहितेचे कलम (६) माहितीचे संरक्षण आणि गोपनीयतेवर आधारित आहे.
१२. ORG किरकोळ ऑडिट आणि फार्मास्युटिकल ऑडिट आयोजित करण्यात तज्ञ आहे.

प्र.क्र.२

खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा

१५

- अ) नवीन उत्पादन विकास प्रक्रियेचे टप्पे काय आहेत?
- ब) ब्रँडच्या विविध घटकांची चर्चा करा.
- क) फर्मच्या किंमत निर्णयावर परिणाम करणारे घटक स्पष्ट करा.

प्र.क्र.३

खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा

१५

- अ) पुरवठा साखळी व्यवस्थापन म्हणजे काय? त्याचे घटक स्पष्ट करा.
- ब) जाहिरात परिणामकारकता तपासण्याच्या पूर्व चाचणी आणि चाचणी नंतरच्या पद्धती स्पष्ट करा.
- क) प्रेरणा संशोधन म्हणजे काय? विपणन कर्त्यांसाठी प्रेरणा संशोधन महत्त्वाचे का आहे?

- प्र.क्र.४ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा १५
- अ) विक्री संशोधन म्हणजे काय? विक्री संशोधनाची विविध क्षेत्रे स्पष्ट करा.
- ब) भारतीय ग्रामीण बाजारपेठांच्या विविध वैशिष्ट्यांचे वर्णन करा.
- क) जागतिक विपणन संशोधन म्हणजे काय? असे संशोधन आयोजित करण्याची गरज स्पष्ट करा.
- प्र.क्र.५ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा १५
- अ) विक्री विभागाचा भाग म्हणून विपणन संशोधन उपक्रम आयोजित करण्याचे गुण आणि तोटे स्पष्ट करा
- ब) पक्षकार (Client) आणि संशोधन व्यवसाय/पेशा या दृष्टीने विपणन संशोधन संस्थांची जबाबदारी स्पष्ट करा.
- क) इंडियन मार्केट रिसर्च ब्युरो (IMRB) आणि ऑपरेशन रिसर्च ग्रुप (ORG) द्वारे दिल्या जाणाऱ्या सेवांवर सविस्तर टीप लिहा.
- प्र.क्र.६ थोडक्यात टिपा लिहा (कोणत्याही दोन) २०
- अ) उत्पादन संशोधन क्षेत्र
- ब) जाहिरात संशोधनाची उद्दिष्टे
- क) ग्रामीण विपणन संशोधन करताना काय करावे आणि काय करू नका
- ड) वितरण वाहिन्यांचे प्रकार.
- ई) विक्रय वृद्धी (Promotion) चालनेचे घटक.
- फ) इन-हाऊस एम.आर. विभागाचे गुण
